MT

MYYNTITIETOJA MYYMÄLÄVÄELLE

N:o 4
HELMIKUU 1961

TÄSSÄ NUMEROSSA:

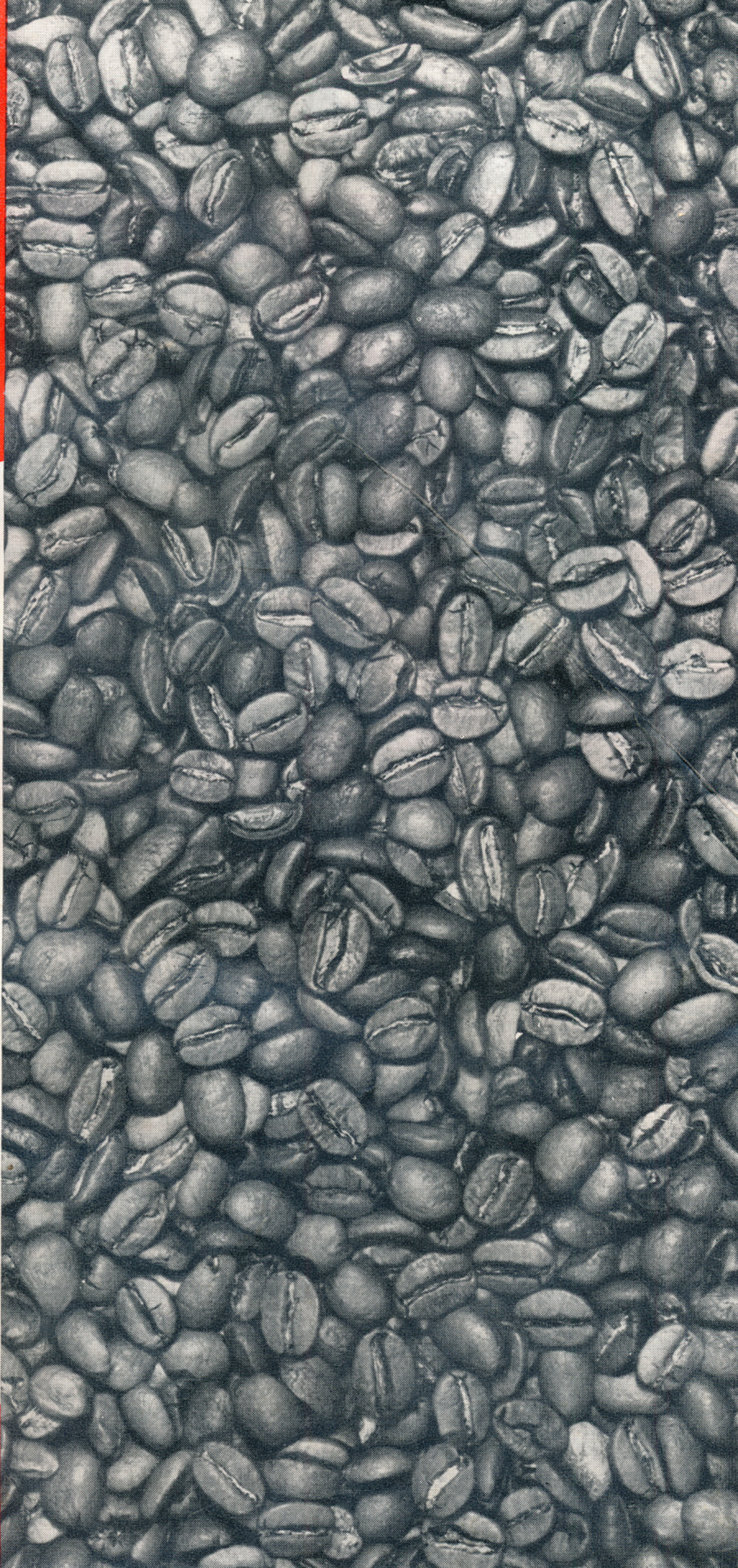
- puhutaan pääasiassa kahvista ja Pai-vanukkaista. Nämä tuotteet ovat Teille vanhastaan tuttuja, mutta sen sijaan niistä löytyy monia mielenkiintoisia puolia, joista asiakkaanne eivät aina ole selvillä. Myyjän ominaisuudessa tehtävänne onkin toimia eräänlaisena välittäjänä. Jakeluketjun viimeisenä renkaana Te voitte antaa asiakkaillenne hyödyllisiä tietoja omista tuotteistamme. Sen vuoksi ei perustietojenkaan kertaus ole koskaan pahitteeksi. Se avaa Teille mahdollisuuden entistä tuloksellisempaan myyntiin ja myymäläesittelyyn.

PS

- Vilkaiskaapa takasivulle. Siellä on Teille tärkeä tiedotus.

Päätoimittaja:
MAUNO RINTAKOSKI
Puh. 70731/327

Toimitussihteeri:
PENTTI O. SAARINEN
Puh. 70731/476



MISSÄ KAHVI KASVAA...



Kahvipensas tai kahvipuu — on oikeastaan makuasia kumpaa nimitystä kahvia tuottavasta kasvista käytetään. Kahvipensas on kuitenkin vakiintuneempi käsite, mikä johtuu siitä, että kahvikasvi pyritään viljeltynä pitämään 2—5 metrin korkuisena pensaana. Mistä sitten tämä kahvipensas on kotoisin ja mitkä ovat ne alueet, joilla kahvipensas parhaiten viihtyy?

Alkuaan kahvikasvi on etiopialainen, mutta arabialaisten sanotaan olevan kahvipensaan ensimmäisiä viljelijöitä. He perehtyivät jo 1400-luvulla kahvinviljelyn salaisuuksiin ja tekivät kaikkensa estääkseen viljelyn leviämisen muihin maihin. Heidän ponnistuksensa olivat kuitenkin turhia, sillä 1600-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä intialaiset aloittivat kahvipensaan viljelyn ja näin olikin kahvikasvilla tie avoin useihin eri maihin. Amerikkaan kahvipensas tuli Euroopasta 1700-luvun alussa erään ranskalaisen meriupseerin tuomana.

Kahvipensas viihtyy vain koko- tai puolitrooppisissa maissa, vieläpä mieluimmin niiden ylänköseuduilla, missä ilma on kirkas ja kuulas ja aurinko helottaa tulikuumana. Sen vuoksi kahvia ei juuri viljelläkään rannikoilla, vaan melko kaukana sisämaassa. Maailman suurin kahvintuottajamaa on Brasilia. Maan tuhansien hehtaarien suuruisilta viljelmiltä saadaan neljä viidennestä koko maailman kahvituotoksesta. Muut tämän kirsikkaa muistuttavan marjan tärkeimmät tuottajat ovat Kolumbia, Hollannin Itä-Intia, Venezuela, Haiti, Meksikko, Guatemala, Costa Rica, Arabia, brittiläinen Itä-Afrikka ja El Salvador. OTKn Kahvipaahtimon raakakahvi tulee NAF:n välityksellä Etelä- ja Keski-Amerikan kahviviljelmiltä — Mokka-kahvi tuotetaan Arabiasta.



MYYNTILUKUJA LISÄÄMÄÄN

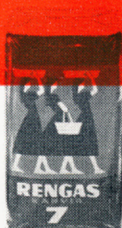
Kahvia esiteltäessä ja myytäessä on aina hyvä muistaa ja pitää mielessään ikään kuin punaisena lankana, että on kysymys oman tuotantomme kannalta erittäin keskeisestä ja tärkeästä tuotteesta. OTKn Kahvipaahtimon tuotannossa ei ole kysymys mistään pienistä arvoista. Päivittäin paahtimon valmistuskapasiteetti käsittää 16 000 kg paahdettua kahvia ja markkamääräiseltä myynniltään se on OTKn suurin tuotantolaitos. Kuten myymäläväen tiedossa varmaan onkin, kohosi kahvipaahtimomme markkamääräinen myynti viime vuonna runsaasti neljään miljardiin. Tämä on huomattava summa ja osoittaa, että paahtimomme tuotteilla on tunnustettu asema hyvän kahvin ystävien joukossa.

Nuoriso mukaan

Meillä on kuitenkin vielä parantamisen varaa. Eräät suoritetut tutkimukset ovat näet osoittaneet, että nuoret ihmiset, nuoret perheenäidit ostavat suhteellisen vähän oman paahtimomme tuotteita. Tämän vuoksi meidän onkin kohdistettava huomiomme myyntityössä entistä enemmän nuorisoon. Myymäläväellä on tällöin erittäin edulliset asemat nuoriin perheenäiteihin kohdistetun kahvisanoman levittämisessä. Myyjällä on tarjolla henkilökohtaisen esittelyn kaikki edut, persoonallinen tavaran esittely ja koettelu, kaunopuheisuus sekä joustava mahdollisuus mukautua kuhunkin tilanteeseen ja sovelluttaa esitys sen mukaan. Kun kahvin mainontakin on entistä enemmän nuorisoon kohdistuvaa ja sen makua noudattelevaa, uskomme että Te omalla myyntipanoksellanne myös tarmolla tuette pyrkimyksiämme OTKn paahtimon tuotteiden ostajapiirin laajentamiseksi.













LAATUKAHVIA KULUTTAJILLE

Maahamme saapuvat kahvilaadut — etenkin halvat laadut — ovat useissa tapauksissa riittämättömästi puhdistettuja. Tämä on todettu jatkuvasti OTKn Kahvipaahtimossa, sillä raakakahvisäkkejä avattaessa on kahvin joukosta löytynyt kaikenlaista kamaa kivensiruista aina suurehkoihin esineihin saakka. Tällaisten epäpuhtauksien poistamiseen kiinnitetään OTKn paahtimolla suurta huomiota. Suurimmat esineet poistetaan esipuhdistusvaiheessa seulakoneessa ja pienemmät poistaa valtava imu raakakahvin välikäsittelyvaiheissa. OTKn kahvipaahtimon ala-aulassa on erityinen kaappi, johon on koottu edustava näyte niistä mitä merkillisimmistä esineistä, joita eri puhdistusvaiheissa on eroteltu raakakahvin joukosta. Esinekokoelma puhuu omaa kieltään, se kertoo, että OTK tekee määrätietoista työtä poistaakseen paahtamastaan kahvista kaikki epäpuhtaudet. Toimintaohjeena on jäsenkunnan etu, jolle pyritään tuottamaan korkeat vaatimukset täyttävää, ehdottomasti puhdasta laatukahvia.



Nappeja, kampoja, veitsiä, lusikoita erikokoisia kiviä ym. sisältyy siihen omalaatuiseen esinekokoelmaan, joka on nähtävissä OTKn Kahvipaahtimon ala-aulassa. Kaikki nämä esineet on poistettu raakakahvista sen eri puhdistusvaiheissa.













Aromi-Rengas ydinartikkeli maaliskuun kahvikampanjassa



Nykyisenä tavaran runsauden aikana, jolloin myymälöiden hyllyt ovat täynnä erilaisia tuotteita, on tehokkaalla ja hyvin hoidetulla myymälämainonnalla painava sanansa sanottavanaan ostavalle yleisölle. Suomen kansan lempijuoma, kahvi, on myymälässä siksi keskeinen tuote, että sen myymälämainontaan kannattaa aina kiinnittää poikkeuksellisen suurta huomiota. Juuri myymälä on se paikka, jossa mainonnalla saadaan viimeinen kosketus kuluttajaan. Myymäläväki onkin näin ollen mainosketjussa se rengas, joka missään tapauksessa ei saa pettää. Edustava ja näyttävä myymäläesittely henkilökohtaisen myyntityön lisäksi antaa näin ollen mainion loppusilauksen sille mainonnalliselle kokonaisuudelle, johonka maaliskuun 15.—31. päivien välisenä aikana suoritettava OTKn paahtimon tuotteiden mainoskampanja tähtää.

Vast'ikään suoritettu Aromi-Renkaan hinnanalennus muodostaa kampanjan ytimen. Tämän kahvimerkin mainonnan ympärille nivoutuu sitten muiden kahvimerkkien esittely.

Miten mainostamme?

Kahvien mainoskampanja muodostaa ehjän kokonaisuuden, joka koostuu useista eri mainosmuodoista ja -välineistä. Eri aikakauslehdissä tapahtuvalla ilmoittelulla ohjaamme kuluttajat osuusliikkeiden oville — samaa tarkoitusta palvelevat kampanjan aikana miltei kaikissa maamme ulkomainospaikoissa olevat OTKn kahvijulisteet. Television katselijat voivat muiden ohjelmien lomassa seurata OTKn kahvia esitteleviä mainospaloja ja omien osuusliikkeidemme kuorma-autojen laitoihin kiinnitettävät mainosteet vievät kahvisanomaa ympäri maakuntia.

Edellä luetellut mainostoimenpiteet ovat luonteeltaan laajoille joukoille tiedottavia. Varsinainen viimeistelytyö jää kuitenkin myymäläväen huomaan. Myyntityömme tueksi on



myymälöitä varten valmistettu leikeltävä painoarkki, joka pannaan edustavalle ja näkyvälle paikalle myymälässä. Jo aikaisemmin on myymälöille lähetetty Aromi-Renkaan hinnan alennuksesta tiedottava tekstinauha. Tämä tekstinauha kiinnitetään luonnollisesti myös näkyvälle paikalle. Kahvipakkaukset ovat tärkeä osa myymälämainonnasta. Niiden avulla voidaan rakentaa näyttäviä ikkunaesittelyjä, myyntipöytäasetelmia jne. Myös osuusliikkeille on toimitettu ulkojulisteita, jotka kiinnitetään liikkeiden omiin ulkomainospaikkoihin. Näiden mainosteiden tehokas hyväksikäyttö myymälässä saattaa ratkaisevasti vaikuttaa asiakkaiden ostopäätöksiin. Ja vaikka mainokset näennäisesti eivät tuottaisikaan suoranaista myynnin lisäystä, on meidän kuitenkin aina pidettävä mielessä, millainen saattaisi myyntitulos olla ilman minkäänlaista mainontaa.

Oma-aloitteisuutta

Teillä on apunanne myyntityössä moninaisia mainostoimenpiteitä. Kauneimman kokonaistuloksen saavuttaminen riippuu kuitenkin Teidän oma-aloitteisuudestanne. Pysähtykää kesken kiireittenne hetkeksi harkitsemaan, onko varastossanne vielä ehkä käyttämättömiä ideoita, jotka juuri nyt ovat paikallaan. Löydätte varmaan monia mukavia ratkaisuja, jotka tyydyttävät sekä Teitä itseänne että asiakkaitanne.



Tuhannet ulkojulisteet eri puolilla maata olevissa pyöreissä mainospilareissa puhuvat ohikulkijoille yksinkertaista ja selvää kieltä. Maaliskuussa niiden sanoma on keskitetty Rengas-Kahvin esittelyyn. Näkyvä juliste ohjaa ohikulkijat juuri Teidän myymäläänne. Varautukaa ajoissa tehokkaaseen kahvin myyntiin.

RENGAS 320:- 295:-

BUENO LAURO

KAHVIA

AROMI RENGAS 275:-

MORENA tumma kaunotar 260:-

REGIO REGIO 415:-

Kahvijuliste leikeltävine tekstinauhoineen luo maaliskuussa oikeaa kahvihenkeä Teidän myymäläänne

Aromi-Rengas tölkkihän avataan toisin kuin muut OTKn painepakkaukset, nimittäin erityisellä tölkinavaajalla. Kun tölkki tällöin avataan päältä, ei pakkausta enää voida sulkea samalla kannella, koska kannen sivuille ei jää reunoja. Tämän vuoksi on pakkausta varten valmistettu erityinen muovikansi, joka tehokkaasti suojaa kahvin aromit.

Muistakaa muovikansi

Kun myytte asiakkaille Aromi-Rengasta, niin muistakaa aina kysyä joko he ovat hankkineet tämän mainion muovikannen. Muistuttakaa asiakkaille, että muovikansia myydään Teidän myymälässänne.

Mainio muovikansi

Aromi-Rengas painepakkaus säilyttää erittäin hyvin kahvin aromin. Tämä johtuu pakkaustekniikasta. Tiiviistä peltitölkistä poistetaan ilma ja tilalle työnnetään hiilidioksidia. Näin on kahvi suojattu ilman vaikutukselta ja sen kaikki makuvivahteet säilyvät väljähtymättöminä.

Avatun purkin suoja

Ei kuitenkaan riitä, että yksinomaan avaamaton purkki suojaa kahvin ja säilyttää sen aromit — kyllä avatunkin purkin täytyy täyttää nämä vaatimukset.

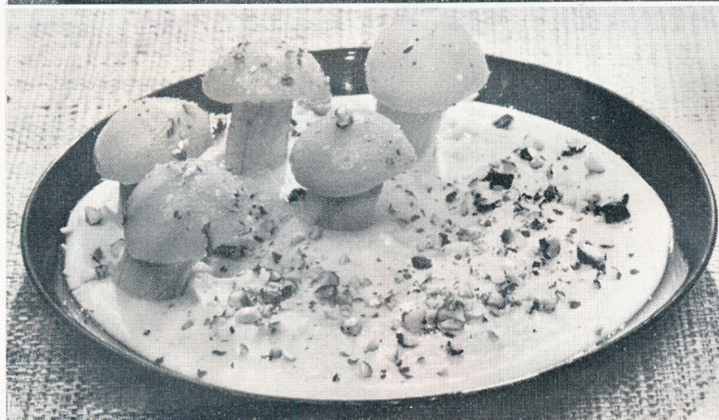


Myykää ideoita – kertokaa Pai-herkuista

Maaliskuun kahtena viimeisenä viikkona mainostetaan Pai-vanukkaita, niistä keskustellaan myymälöissä ja niitä esitellään asiakkaille. Paista puheenollen tulee luonnollisesti ensinnä mieleen, että siitä saa hetkessä maittavan, sellaisenaan jälkiruoaksi sopivan vanukkaan. On kuitenkin virheellistä luulla, että Pai-vanukkaiden käyttömahdollisuudet rajoittuvat tähän. Pienellä vaivannäöllä ja käyttämällä hieman mielikuvitusta apunaan voi Pai-vanukkaille keksiä mitä moninaisimpia käyttömahdollisuuksia. Jotta Te omassa myymälässänne voisitte kertoa asiakkaille enemmän Pai-vanukkaista, ja jotta perheenemännät tätä tietä saisivat lisätietoutta Pai-vanukkaista, esittelemme tässä muutaman 'idean' Pai-vanukkaiden käytöstä jälkiruoan valmistuksessa. Tutustukaapa oheisiin vihjeisiin ja kertokaa niistä omille asiakkaillenne.



Paihentuset



Hedelmiä vaniljassa



Hyytelökakku

Paihentuset

100 g Rengas-margariinia
50 g sokeria
125 g OTKn vehnäjauhoja
¼ tl Erikois-Leivettä

Margariini notkistetaan. Siihen lisätään sokeri ja jauhot sekä leivinjauhe jauhoihin sekoitettuna. Taikina jaetaan n. 15—20 osaan, joista kukin painellaan voideltuun pikkuvuokaan. Nämä paistetaan n. 200° lämmössä ja kumotaan hiukan jäähtyneinä. Hentuset täytetään erilaisilla Pai-vanukkailla, koristetaan kermavaahdolla, hedelmillä, hillolla tms.

Hedelmiä vaniljassa

Valmistetaan Pai-vaniljavanukas ja kaadetaan se laakealle vadille. Koristetaan erilaisilla tuoreilla tai säilykehedelmillä. Esim. banaaneista ja aprikoosista saa hauskoja sieniä. Helppotöinen jälkiruoka ja hauska tarjota vaikkapa lasten kutsuilla.

Hyytelökakku

Kakkupohja:
Kääretorttulevy
Päällys:
OTKn jälkiruokahyytelö
Täyte:
Pai-vaniljavanukasta

Hyytelö valmistetaan pakkauksessa olevan ohjeen mukaan. Veden asemesta voi osaksi käyttää nesteenä hedelmä- tai vaaleata marjamehua.

Kakku valmistetaan esimerkiksi suorakaiteen muotoisessa kapeassa vuo'assa, jolloin kääretorttulevystä leikataan hiukan vuokaa pienempiä levyjä. Vuoan pohjalle kaadetaan ensin noin sentin verran jälkirukoahyytelömehua ja annetaan sen hyytyä hetkisen, kunnes se on löysää hyytelöä. Pohja koristetaan hedelmillä esimerkiksi ananas- ja appelsiiniviipaleilla. Sitten pannaan kerroksittain kakkulevyjä ja Paivaniljavanukasta. Päällimmäiseksi kakkulevy. Loppu löysähkö hyytelö kaadetaan vuokaan, niin että hyytelö täyttää vuo'an. Kakun annetaan hyytyä. Valmis kakku irroitetaan veitsellä varovaisesti vuo'an reunoista ja kumotaan vadille. Ellei se irtoa, kastetaan vuoka nopeasti kuumaan veteen ennen kumoamista.

Uusia Pai-vanukkaita tulossa . . .



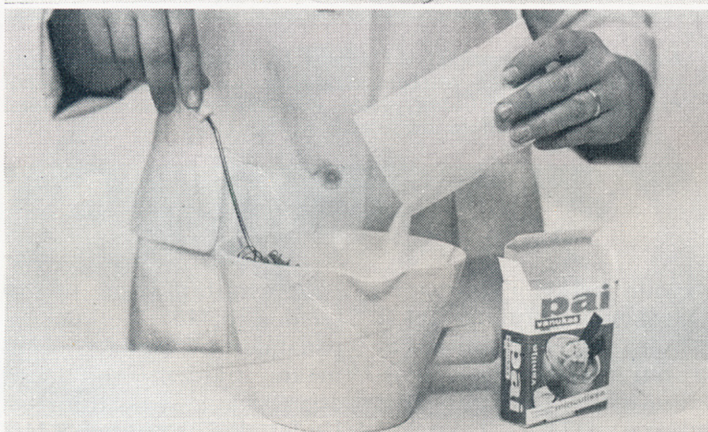
Uudet Pai-pakkaukset on suunniteltu aikaisempien vanukaspakkaustemme mukaisiksi. Kun ne aikanaan tulevat myymälöihin, voidaan niitä käyttää piristävänä lisänä erilaisia asetelmia rakennettaessa.

Tällä hetkellä Pai-vanukassarjaan kuuluu kaksi valmistetta — **Vanilja-Pai** ja **Suklaa-Pai.** Uusia Paivanukkaita on kuitenkin tulossa. OTKn Teknokemiallinen tehdas on tarkkojen esitutkimusten jälkeen valmistanut koe-eriä **Mokka-Paista** ja **Mansikka-Paista,** joiden laatu ja makuominaisuuksia on tutkittu sekä tehtaan laboratoriossa että OTKn Koekeittiössä. Tutkimustulokset ovat osoittautuneet myönteisiksi ja lähikuukausina päästään tehtaalla aloittamaan näiden vanukkaiden varsinainen valmistus. Uudet Pai-vanukkaat lasketaan liikkeelle oheisten kuvien mukaisissa kuluttajapakkauksissa. Pakkaukset ovat kooltaan ja näöltään aikaisempien Paipakkausten kaltaisia, joten ne täydentävät eheällä tavalla Pai-vanukassarjaamme.

NOPEA VALMISTUS PAI-VANUKKAAN MYYNTI-VALTTI









Myyntityö vaatii myyjältä erinomaista keskittymiskykyä, sillä siksi moninaisia ja toisistaan poikkeaviakin ovat ne tehtävät, joita päivän mittaan on suoritettava. Tällöin ei ole suinkaan harvinaista, että jossakin kriitillisessä tilanteessa voi tulla ”oikosulku”, eikä pystykään toimimaan juuri oikealla tavalla. Voi sattua ettei tuotetta asiakkaalle esitellessä muistakaan mitä siitä tulisi kertoa hänelle, vaan keskustelu menee ohi asian. Kuluttajapakkaukset, asiallisine selostusteksteineen voivat useassa tapauksessa pelastaa myyjän pälkähästä, sillä nopea vilkaisu pakkauksessa olevaan tekstiin voi palauttaa myyntikeskustelun oikeisiin uomiinsa. Pai-vanukkaiden pakkauksessa on otettu huomioon tämän tuoteryhmän keskeinen myyntivaltti — vanukkaan valmistusnopeus. Kun esittelette Pai-vanukkaita asiakkaille, kiinnittäkää heidän huomionsa Pai-pakkausten selkäpuolella olevaan valmistusohjeeseen. Tämä herättää asiakkaissa kiinnostusta ja tukee samalla tuntuvasti myyntityötänne.

Maaliskuu on tärkeä kuukausi

Niin paitsi kahvirintamalla, tapahtuu myös Paivanukkaiden kohdalla jälleen maaliskuussa — tarkemmin sanoen maaliskuun kahtena viimeisenä viikkona — asioita, joita aikaansa seuraava myymäläväki ei jätä huomioimatta. Silloin suoritetaan mainosaikataulun mukaisesti Pai-vanukkaiden muistutusmainontaa. Myymälöille ei ole valmistettu uutta mainosmateriaalia, mutta viime vuoden lopulla jaettu mainosmateriaali sopii tähän tarkoitukseen vallan mainiosti. Tutkikaapahan myymälänne takahuoneen mainosmateriaalin säilytyspaikkaa — löydätte varmasti vanhat Pai-mainosteet. Yhdessä vanukaspakkausten kanssa onnistutte varmaan paremmin kuin osasitte odottaakaan rakentamaan edustavan Pai-esittelyn myymäläänne.

EI PIILOON VAAN NÄKYVIIN

Leikeltävissä painoarkeissa olevat kapeat tekstinauhat ovat tärkeitä mainosvälineitä. Niitä ei suinkaan pidä "unohtaa" myymälän takahuoneeseen, vaan ne kiinnitetään myymälässä näkyvälle paikalle. Esim. näyteikkuna on sopiva paikka kyseisille mainosteille.

Tämä myyjätär kiinnittää oikealla tavalla ja oikeaan paikkaan tässä tapauksessa Aromi-Rengas-tekstinauhan. Hän on sellofaaniliimanauhalla kiinnittänyt ensin tekstinauhan toisen pään ikkunalasiin, minkä jälkeen on vuorossa liuskan toisen pään kiinnittäminen. Tekstinauhaa ei myöskään pidä liimata vaakasuoraan, vaan hieman vinottain, kuten kuvassammekin.



MT

LEHTI KIERTÄÄ SEURAAVASTI:

EVÄS-HERKKU



SÄÄSTÄÄ TISKIÄ

Ei enää tiskiröykkiöitä, vaan enmmän aikaa muille töille. Tällaiset sanat kuulostavat perheenemännän korvissa varmaan miellyttäviltä. Siispä kertokaa Te myymälässänne asioiville perheenäideille, että kyseiset sanat pätevät Eväs-Herkkuun. Eväs-Herkku pannaan rasiassa suoraan pöytään ja rasian tyhjennettyä se voidaan viskata pois. Näin kiireinen perheenemäntä voi tarjota perheelleen aina maukasta leivänsärvintä ja säästyä itse samalla astianpesulta.



OSUUSTUKKUKAUPPA

111 jäsenosuusliikkeen ja niiden 524 000 jäsenperheen yhteinen taloudellinen keskusliike.

Elintarvikeryhmä

Kauppa: siirtomaaosasto, hedelmäosasto.
Tuotanto: kahvipaahtimo, keksitehdas, margariinitehdas, ravintojalostetehdas, teknokemiallinen tehdas, Kontio & Kontio Oy (säilyketehdas).
Myyntiorganisaatio: myyntiosasto, myyntitoimistot, varasto- ja huolintaosasto, mainososasto, markkinointipalvelu.
Laaduntarkkailu.

Maatalousryhmä

Kauppa: maatalousosasto, lihaosasto.
Tuotanto: 6 lihanjalostustehdasta, 2 myllyä, 2 meijeriä, Oy Peruna (mallastehdas) perunajauhotehdas, rehutehdas.

Rautaryhmä

Kauppa: rautaosasto, koneosasto polttoaineosasto.
Tuotanto: kattohuopatehdas, naulatehdas, OTKn Puu Oy (saha, puuvalmistetehdas, huonekalutehdas), Oy Sotkia (levytehdas), tulitikkutehdas. Puutavaraliike Osuuspuu. Oy Renlund Ab (tavaratalo, rautakaupat, Leca-tehtaat, tiilitehtaat).

Tekstiiliryhmä

Kauppa: tekstiiliosasto, jalkineosasto vaatetusosasto.
Tuotanto: kappa- ja leninkitehdas, paitatehdas, pukutehdas, työvaatetehdas, vuodevaatetehdas, Keru Oy (vanutehdas).
Hallinto: konttoriosasto, henkilöosasto, koulutusosasto, säästökassaosasto.

Teknillinen ryhmä

Osastot: teknillinen osasto, rationalisointiosasto, keskuslaboratorio.

Helsinki 1961, KKn kirjapaino